

**PERANAN *PUBLIC RELATIONS*
DI DALAM CV. ADINDA COMPUTER**

LAPORAN AKHIR



OLEH :

ANGGRES NURVAQNISARI

NIM : 120010040-G

**PROGRAM STUDI D3 BAHASA INGGRIS
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A
2004**

HALAMAN PERSETUJUAN

LAPORAN AKHIR

**PERANAN PUBLIC RELATIONS
DI DALAM C.V ADINDA COMPUTER**



Dra. Lilla Musyada, M.Pd

Program D3 Bahasa Inggris

Fakultas Sastra

Universitas Airlangga

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan akhir ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji pada tanggal
20 Juli 2004

Panitia penguji terdiri dari :



Dosen Penguji II



Dra. Anna Dewanti

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Dari hasil praktek kerja di C.V. Adinda Computer, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa di dalam C.V. Adinda Computer, *Public Relations* memiliki peranan yang sangat besar baik dalam proses membentuk dan mempertahankan citra atau image perusahaan maupun dalam menentukan kelangsungan perusahaan tersebut. Oleh karena itu *Public Relations* tidak dapat digantikan oleh divisi apapun dan tidak memiliki kesamaan dengan marketing (pemasaran).

Faktor yang harus sangat diperhatikan oleh *Public Relations* dalam menghadapi pelanggan adalah cara berkomunikasi yang baik. Dalam berkomunikasi dengan pelanggan, *Public Relations* harus selalu menggunakan bahasa formal, baik dalam memberikan informasi dan penjelasan mengenai produk kepada pelanggan maupun dalam menghadapi keluhan dari pelanggan. Selain bahasa formal, *Public Relations* juga harus memperhatikan dan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, dan mengerti bahasa Nonverbal, terutama untuk menunjukkan tata cara sopan santun dalam menghadapi pelanggan. Karena pada dasarnya fungsi *Public Relations* adalah memberikan pelayanan baik kepada pelanggan, maka *Public Relations* harus benar – benar memperhatikan bahasa yang digunakan agar pelanggan mendapatkan kepuasan pelayanan. Dengan demikian, apabila *Public Relations* dapat mengoptimalkan fungsinya maka dengan sendirinya *Public Relations* akan mengangkat citra perusahaan.

B. SARAN

Saran pertama yang dapat penulis kemukakan yaitu agar *Public Relations* di dalam Adinda Computer harus mampu mengoptimalkan fungsi kerjanya. Agar dapat mencapai tujuan *Public Relations* yaitu meningkatkan citra perusahaan. Staff *Public Relations* harus memiliki manager *Public Relations* sendiri, karena dengan memiliki manager sendiri, divisi *Public Relations* dapat merencanakan atau merumuskan tujuan-tujuan termasuk skala prioritas dari operasi *Public Relations* di perusahaan Adinda Computer secara umum dan tidak lagi bertanggung jawab kepada Manager Pemasaran. Sehingga *Public Relations* dapat bergerak bebas dan lebih memperjelas pembagian kerjanya tanpa adanya kerancuan dan intimidasi dari pihak Marketing.

Saran kedua yaitu sumber daya manusia *Public Relations* harus dapat meningkatkan pelayanan untuk pelanggan, yaitu dengan meningkatkan cara berkomunikasi. Dengan komunikasi yang baik kepada pelanggan maka pelanggan akan merasa diperhatikan dan merasa dilayani dengan baik, hal ini akan mengangkat citra perusahaan dengan sendirinya.

Saran ketiga adalah mengingat banyaknya tugas yang harus dikerjakan oleh divisi *Public Relations*, selain harus memiliki manager *Public Relations* sendiri, penambahan staff *Public Relations* di perusahaan Adinda Computer perlu dilakukan agar semua tugas dan pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik.